

AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DAN EKUITAS MEREK

(Studi Deskriptif Kualitatif dalam Meningkatkan Ekuitas Merek di Hotel

***Grand Orchid*)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1

Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

MOCHAMMAD FAUZI

L.100 070 076

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi Untuk Diujikan
oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hari : Selasa

Tanggal : 03 April 2012

Pembimbing I



s. A Muhibbin, M.Si)

Pembimbing II



(Dian Purworini, S.Sos., MM)

HALAMAN PENGESAHAN

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DAN
EKUITAS MEREK**

(Studi Deskriptif Kualitatif dalam Meningkatkan Ekuitas Merek di Hotel

***Grand Orchid*)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

MOCHAMMAD FAUZI

L.100 070 076

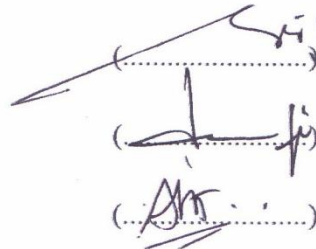
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1.

Susunan Dewan Penguji

1. Drs. A Muhibbin, M.Si
2. Dian Purworini, S.Sos., MM
3. Arief Fajar, S.Ikom



Surakarta, 26 Juli 2012

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Komunikasi Dan Informatika

Dekan,



Husni Thamrin, Ph.D.

NIK. 706

PERNYATAAN

Dengan ini, penulis menyatakan bahwa karya yang ditulis untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat memperoleh sarjana, tidak ada penulisan karya yang pernah diajukan atau kutipan dan pendapat orang lain tanpa sumber yang ditulis didalam daftar pustaka.

Apabila suatu saat ditemui dan terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan di atas, maka penulis siap untuk bertanggung jawab atas karya yang ditulis nya.

Surakarta, 5 April 2012



Mochammad Fauzi

L.100 070 076

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

YOU'LL NEVER WALK ALONE

(Kalian Semua Tidak Akan Pernah Berjalan Sendirian)

Karya ini penulis persembahkan kepada:

Sebuah karya tulis ini kupersembahkan untuk

Allah SWT Yang Selalu Menyayangiku

Keluarga Ibu dan Ayahku tercinta, dan Adiku tersayang

Seseorang yang terkasih

Rekan-rekan penulis di dunia Komunikasi

Terimakasih untuk kasih sayang dan dukungannya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan untuk Allah yang maha kuasa atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini sebagai syarat atau tugas akhir dalam menempuh studi pada Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari beberapa pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Husni Thamrin, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Ibu Rinasari Kusuma, S.Sos, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. A Muhibbin, M.Si, selaku pembimbing I yang memberikan bimbingan serta saran dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Dian Purworini, S.Sos., MM, selaku pembimbing II yang bersedia memberikan arahan serta bimbingan dengan sabar yang berguna bagi penyempurnaan penyusunan skripsi.
5. Bapak Adi Santoso dan Ibu Nurul Aini, selaku Manager Marketing Hotel *Grand Orchid*, yang bersedia menjadi informan bagi penyusunan skripsi .

6. Orang tua dan Adik tercinta dan Novinda Getty yang selalu memberikan dukungan, perhatian serta semangat dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
7. Teman-teman seperjuangan, Fatoni, Selly, Oki, Dika, Muksin, Muhammad Derry, Andreas, Riska dan semua teman-teman satu angkatan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan.
8. Serta pihak-pihak lain yang sangat membantu hingga terselesaikan skripsi ini.

Surakarta, 5 April 2012

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Motto Dan Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Komunikasi	8
B. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	10
C. Ekuitas Merek	17
D. Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	24
B. Sumber Data	24
C. Teknik Sampling	25
D. Metode Pengumpulan Data	26
E. Validitas Data	28
F. Analisis Data	29

BAB IV DESKRIPSI LOKASI

A. Sejarah Hotel <i>Grand Orchid</i>	32
B. Profil Perusahaan	32
C. Logo Perusahaan	33
D. Struktur Organisasi	34

BAB V SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu Hotel Grand Orchid dan Ekuitas Merek	36
B. Aktivitas Hotel <i>Grand Orcid</i> Menciptakan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
C. Aktivitas Hotel <i>Grand Orcid</i> Menciptakan <i>Brand Association</i> Terhadap Keputusan pembelian	45
D. Aktivitas Hotel <i>Grand Orcid</i> Menciptakan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan pembelian	50
E. Aktivitas Hotel <i>Grand Orcid</i> Menciptakan <i>Brand Loyalty</i> Terhadap Keputusan pembelian	65

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	74
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Proses Komunikasi Lasswell	8
Gambar 2.2	Model Proses Konsep <i>brand equity</i>	23
Gambar 3.1	Gambar Skema Model Analisa <i>Interactive</i>	31
Gambar 4.1	Logo Hotel <i>Grand Orchid</i>	33
Gambar 4.2	Kerangka Pemikiran Hotel <i>Grand Orchid</i>	35
Gambar 5.1	Gambar <i>Fact Shet</i> Hotel <i>Grand Orchid</i>	39
Gambar 5.2	Iklan Media cetak	41
Gambar 5.3	Gambar foto dokumentasi, 5 maret 2012	44
Gambar 5.4	<i>Room Rate</i> Hotel <i>Grand Orchid</i>	47
Gambar 5.5	Kamar Hotel <i>Grand Orchid</i>	49
Gambar 5.6	Gambar <i>Email Inbox</i> Hotel <i>Grand Orchid</i>	52
Gambar 5.7	Gambar <i>www.agoda.com</i>	56
Gambar 5.8	Foto Fasilitas Hotel <i>Grand Orchid</i>	61
Gambar 5.9	Poster Fasilitas Hotel <i>Grand Orchid</i>	62
Gambar 5.10	Statistik Tigkat Hunian Kamar Hotel <i>Grand Orchid Solo</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 2 *Interview Guide* dengan *Marketing Hotel Grand Orchid*
- Lampiran 3 Gambar Kegiatan Selama Berlangsungnya Penelitian

ABSTRAK

MOCHAMMAD FAUZI, L.100070076, KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DAN EKUITAS MEREK (Studi Deskriptif Kualitatif dalam Meningkatkan Ekuitas Merek di Hotel *Grand Orchid*), Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.

Kota Solo sebagai Kota Budaya dengan slogan ”Solo *the Spirit of Java*” hal ini akan sangat berpengaruh terhadap berkembangnya bisnis jasa perhotelan, karena akan banyak wisatawan-wiasatawan baik lokal maupun mancanegara yang akan menjadikan Solo sebagai salah satu kota tujuan wisata bagi mereka. *Grand Orchid* sebagai salah satu hotel di kota Solo menjadi salah satu pilihan bagi wisatawan untuk menginap ketika mereka berkunjung ke Solo. Penelitian ini dilakukan di Hotel *Grand Orchid* dengan maksud untuk mengetahui strategi hotel dalam mempromosikan produk dalam membangun citra merek di masyarakat.

Dalam penelitian ini mempergunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian dengan menjelaskan dan menggambarkan suatu fenomena yang dialami subjek, dan dalam memperoleh data penelitian menggunakan metode wawancara dan dokumentasi kemudian hasil wawancara tersebut diolah menjadi hasil penelitian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Hotel *Grand Orchid* telah melakukan komunikasi pemasaran agar tercipta *brand awareness* dan *brand image* yang positif dimata masyarakat sebagai calon konsumen maupun pelanggan dari Hotel *Grand Orchid* hingga pada akhirnya dapat tercipta pula *brand equity* (ekuitas merek).

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, *Brand image*, Ekuitas Merek.